

УДК 37.026.9:37.018.4

Л. М. Андрюхина

L. M. Andryukhina

ФГАОУ ВО «Российский государственный

профессионально-педагогический университет», Екатеринбург

Russian state vocational pedagogical university, Ekaterinburg

andrLM@yandex.ru

ОСНОВАНИЯ ПРОЕКТИРОВАНИЯ НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ЦЕНТРА КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТ – ОБРАЗОВАНИЯ

BASES OF DESIGNING SCIENTIFIC AND EDUCATIONAL CENTER CREATIVE MANAGEMENT - EDUCATION

Аннотация. В статье рассматриваются организационно-педагогические основания проектирования научно-образовательного центра креативного менеджмент-образования. Показано, что любая форма деятельности, организуемая с целью поддержки и развития креативных процессов, должна сама строиться исходя из понимания особенностей креативности.

Abstract. The article deals with the organizational and pedagogical foundations of the design of the scientific and educational center for creative management education. It is shown that any form of activity, organized with the purpose of supporting and developing creative processes, must itself be based on an understanding of the features of creativity.

Ключевые слова: креативность, креативный менеджмент, центр креативного менеджмент-образования, креативные практики, креативные сообщества практики.

Keywords: creativity, creative management, the center of creative management education, creative practices, creative practice communities.

Креативность важная черта самоактуализированных людей - реализовавших личные, присущие именно этому конкретному человеку потенциалы и не утративших при этом идентичности. Креативный человек способен на «бескрайнее разнообразие в поведении» [1; 6].

Анализ природы креативности [1; 6; 7] убеждает в том, что любая форма деятельности, организуемая с целью поддержки и развития креативных процессов, должна сама строиться исходя из понимания особенностей этих креативных процессов.

При проектировании Центра важно учитывать следующее:

1. В области креативного образования нет и не может быть Учителей в традиционном смысле, так как никто не в праве претендовать на эталонную креативность (такой просто нет), неиссякаемую креативность (креативность всегда), универсальную креативность (креативность во всем) и, кроме того, даже если бы вдруг удалось найти такого уникального гуру креативности, то вряд ли он смог бы *обучать* креативности. Если следовать современному пониманию природы креативности, то нужно создавать необходимые условия (деятельностные платформы), которые бы притягивали креативных людей [2; 3; 4; 5]. Поэтому главным является со-

знание команды проекта (Центра), которая должна выполнять функции креативного менеджмента, т.е. создания условий для вовлечения креативных людей в проект.

2. Большинство проблем не находит своего решения, или даже не могут быть поставлены только потому, что в силу сложившихся условий в организациях крайне сужается диапазон вовлекаемых интеллектуальных и креативных ресурсов. Вариантов и форм такого сужения огромное количество. Следовательно, одна из задач Центра - совместный поиск точек такого сужения и открытие ресурсов креативности (как на корпоративном, так и на индивидуальном уровнях), в том числе на основе обучения креативным технологиям, расширяющим ресурсное видение.

3. Другая проблема современности - это существующие разрывы между лакунарностями социального пространства, в которых накапливаются интеллектуальные ресурсы (креативные идеи, проекты), и точками социального пространства, где они могут генерировать новые процессы, быть применены, коммерциализованы. Это происходит главным образом из-за неразвитости технологий обмена и в более широком смысле управления знаниями. В этом случае поддержка, а по существу генерирование креативных процессов заключается в соединении различных «точек» социального пространства на основе менеджмента знаний. Подобные практики уже существуют. На европейском уровне уже реализуются подобные программы кооперации, такие, например, как «Эврика» («Eureka»). Они сводят вместе потенциальных партнеров, не сумевших найти необходимые им дополнительные знания на местном уровне. Формой такого социального инжиниринга является также опыт формирования сообществ практики. Основная цель сообществ — содействовать обмену знаниями и опытом по темам, представляющим интерес для его членов. Члены сообществ также активно обмениваются новыми идеями и планами, ищут необходимых партнеров [9]. Важно также формирование сети для обмена передовой практикой, обмена знаниями между организациями. Участники сообщества вместе решают проблемы, создают новые знания и обмениваются имеющимся опытом. Кроме того, взаимодействие в рамках сети помогает вырабатывать новые идеи, продукцию или услуги, помогает найти партнеров, открывает новые возможности для бизнеса.

4. В современном обществе недостаточно вневедомственных открытых «площадок», «платформ» социального предъявления креативных идей. Необходимы разного рода форумы, клубы, лаборатории, онлайн проекты, креативные сообщества и др., что позволит не только создать условия для самоактуализации креативных людей, но и даст возможность активного исследования особенностей креативной деятельности и креативного образования.

5. Главным в деятельности Центра должна стать реализация полного «креативного цикла», включающего не только научно-образовательную поддержку перевода креативных идей в креативные продукты и практики, но и постоянное научное исследование самого креативного процесса, и

развитие на этой основе креативных технологий образования. То есть научно-исследовательская составляющая (например, научно-исследовательская лаборатория) должна быть непосредственно вплетена в креативные процессы.

Соблюдение условий интеграции интеллектуальных, организационных и научно-образовательных ресурсов без потери специфики креативных практик, на наш взгляд, возможно на основе институциональных структур академической науки.

Российская академия образования располагает значительными интеллектуальными ресурсами. Интеллектуальным и социальным капиталом являются развитые модели сетевого взаимодействия, опыт развития информационных технологий, отработанные формы организации образовательной и инновационной деятельности. Преимуществом РАО и соответственно Научного центра РАО РГПУ является также вневедомственный характер, что позволяет интегрировать деятельность различных субъектов образования, экономики, социума. Таким образом, есть необходимые интеллектуальные ресурсы, социальный капитал, а также все необходимые стартовые условия для организации Центра креативного менеджмент-образования при НЦ РАО РГПУ.

Сегодня наметился переход от известного термина «организационная структура» (organizational structure) к более расплывчатому и общему – «организационный дизайн (архитектура)» (organizational design или organizational architecture). Как отмечают специалисты [8; 10], информационная экономика привносит ряд новшеств на микроуровень – уровень отдельных организаций, а также требует качественно новых способов их структуризации, иных моделей координации их внутренних элементов. На практике в ответ на вызов динамичной внешней среды появились новые типы организаций – матричные, сетевые, виртуальные, оболочечные и т.д., – позволяющие улучшить адаптивность и существенно снизить возможность искажения, потери и утечки едва ли не важнейшего в условиях информационной экономики ресурса – информации. В организационном построении Центра мы будем исходить из методологии организационного дизайна, поэтому остановимся подробнее на его особенностях.

Появление двух терминов, обозначающих внутреннее организационное строение в индустриальной и информационной экономической системе, рассматривается [10] через три определяющих фактора: фактор успешности организации, технологии обработки информации и поддерживающие научные концепции. Термин «дизайн», в отличие от структурирования, указывает на сложность и творческую подоплеку процесса оптимизации внутреннего строения организации в информационной экономике, в котором сходятся воедино наука и искусство. Научная сторона практической реализации процесса организационного дизайна выражается в построении некоего трафарета (матрицы, оболочки, сети и т.п.), а творческая – в заполнении этого трафарета индивидуальным, целесообразным только в данной ситуации и свойственным исключительно данной организации со-

держанием в виде сотрудников, технологий, процедур взаимодействия и бизнес-процессов. Если для организационных структур существуют универсальные принципы их формирования, то для дизайна такие принципы сформулировать крайне сложно, поскольку каждый организационный дизайн, по сути, индивидуален [10].

Организационный дизайн Центра может представлять, на наш взгляд, систему организационных оболочек, обеспечивающих выращивание, воспроизводство и развитие креативных процессов по трем направлениям, которые, взаимодействуя между собой, образуют единое креативное пространство. Это такие направления как:

- креативные образовательные практики;
- креативный Форум (онлайн);
- креативные сообщества практики (Креативный онлайн клуб, лаборатория).

Это стратегические направления в деятельности Центра. На этой основе можно представить организационный дизайн Центра в интегрированном виде (рис. 1).



Рис. 1. Организационный дизайн Центра

Список литературы

1. Алдер Г. CQ или мускулы творческого интеллекта. М.: Изд-во Гранд, 2004. 487 с.
2. Андрияшина Л.М. Эстафеты креативного лидерства как основа креативной экономики в сб.: взаимодействие науки и общества: проблемы и перспективы. Сб. ст. Международной научно-практической конференции. 2015. С. 43-47.
3. Андрияшина Л.М. Креативный менеджмент и основные характеристики креативного образования менеджеров В сб.: Проблемы экономики, организации и управления в России и мире. Материалы V международной научно-практической конференции. Ответственный редактор Уварина Н.В. 2014. С. 18-24.
4. Андрияшина Л.М. Креативное менеджмент-образование: гуманитарные стратегии развития В сб.: Россия и Европа: связь культуры и экономики. Материалы IX международной научно-практической конференции. Ответственный редактор Уварина Н.В. 2014. С. 302-307.

5. Андрюхина Л.М. Креативные платформы развития антропных образовательных практик В сб.: Креативные основы гуманитарного образования. сборник научных статей по материалам 10-й Всероссийской научно-практической конференции. Росс. Гос. проф.-пед. ун-т; 2013. С. 181-217.

6. Дружинин В.Н. Психология общих способностей. СПб.: Питер, 2002. 359 с.

7. Дубина И.Н. Творчество как феномен социальных коммуникаций. – Новосибирск: СОРАН, 2000. – 173 с.

8. Смирнова Н. Операционный консалтинг. Описание и реинжиниринг бизнес-процессов / www.mbschool.ru

9. Сообщества практики для инновационных компаний. М.: РУСМЕКО, 2007.

10. Шевелева Ю.И. Организационный дизайн фирмы как экономическая категория // Проблемы современной экономики. 2007. № 3(23).

УДК 796.035:378.17

Л. А. Бартновская, В. М. Кравченко, Н. С. Ковалев

L. A. Bartnovskaya, V. M. Kravchenko, N. S. Kovalev

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный педагогический университет им. В.П. Астафьева», Красноярск

Krasnoyarsk State Pedagogical University

named after V.P. Astafyev, Krasnoyarsk

larabart@mail.ru, ver1113@yandex.ru, nikita6882@gmail.com

СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ КАК ЧАСТЬ АКМЕОЛОГИЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ ЗДОРОВЬЕСОХРАНЯЮЩЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗА

SPORTING AND RECREATIONAL ACTIVITIES AS A PART OF THE ACMEOLOGICAL CONCEPT OF THE HEALTH-SAVING ACTIVITY OF THE INSTITUTE OF HIGHER EDUCATION

Аннотация. В статье рассматривается использование спортивно-оздоровительных мероприятий, направленных на формирование необходимых умений и навыков, морально-психологических и физических качеств обучающихся.

Abstract. The article is dealt with the use of sporting and recreational activities that are aimed at developing needed skills, physical, moral and psychological qualities of the students.

Ключевые слова: спортивно-оздоровительные мероприятия, здоровьесохранение, стратегия, физическое воспитание, обучающийся.

Keywords: sports and recreational activities, educational work, health, strategy, formation, student.

Одной из основных задач государства является всесторонняя забота о здоровье, гармоничном физическом развитии, формировании прикладных навыков здорового образа жизни обучающейся молодежи.

Это нашло отражение в Федеральном законе об образовании в Российской Федерации, государственной программе «Развитие образования» (2013–2020 гг.), стратегии развития физической культуры и спорта (до 2020 г.) и др.

Актуальность здоровьесохраняющего образования обучающихся в широком социокультурном аспекте обусловлена особенностью этой социально-демографической, социально-профессиональной группы, специфич-